

ТОРГОВЛЯ БЕЗ ПОСРЕДНИКОВ КАК ФАКТОР ПЕРЕХОДА К НОВЫМ ФОРМАМ ТОРГОВЛИ В БЕЛАРУСИ

Национальной стратегией устойчивого развития Беларуси до 2030 года (НСУР-2030) [1] в числе важнейших приоритетов определено развитие электронной торговли (электронный документооборот и маркетинг, электронные закупки, повышение розничного товарооборота через интернет-магазины) и логистики. Предполагается, что основной оборот внутренней и внешней торговли будет осуществляться через региональные логистические центры.

Особое внимание будет уделено созданию интеграционных логистических органов управления (мультимодальных логистических центров, логистических ассоциаций, региональных торгово-логистических систем, многопрофильных центров и других). Предполагается также дальнейшее совершенствование внешнеторговой деятельности, оптимизации и повышению «прозрачности» потоков вывозимой из Беларуси и ввозимой в республику высокодоходной и высоколиквидной продукции, в том числе товаров критического импорта и экспорта.

Экспортно-импортные операции с прибыльной продукцией зачастую неэффективны из-за цепочки многочисленных посредников, к которым вынуждены обращаться предприятия для решения проблем сбыта продукции. Решить проблему сокращения числа посреднических структур возможно только при использовании современных информационных технологий, инструментов и механизмов электронной торговли.

С этой целью предприятия могут использовать различные модели и формы ведения бизнеса в Интернет: электронные витрины, электронные каталоги, электронные аукционы, интернет – порталы, электронные торговые площадки. Эти инструменты предлагаются рядом ведущих белорусских компаний, специализирующихся в сфере электронного бизнеса.

Использование возможностей Интернет для представления информации о предприятии, его продукции и услугах, а также для создания электронной торговой площадки, позволяет существенно (в 10 – 20 раз) сэкономить затраты на информирование о деятельности предприятия и рекламе продукции и услуг, а также осуществлять эффективный маркетинг и формирование ценовой политики.

Мировой опыт показывает, несмотря на то, что электронная торговля в общем товарообороте пока занимает 5—10%. Но никто от нее не отказывается, наоборот, пытается включиться в нее, потому что это создает совершенно новую информационную бизнес - среду. Если даже 1% сделок идет через ее механизмы, то 99% сделок совершаются благодаря электронной рекламе и электронному маркетингу. При этом создаются лучшие условия для создания прямых связей между товаропроизводителем и потребителем. Именно поэтому страны Европы и Америки на информационную поддержку своего экспорта тратят до 10% от выручки. Одновременно в десятки раз сокращаются издержки на внешнеторговый документооборот.

В республике этот процесс также идет. Если в 2001 г. только 10% предприятий имели свои представительства в интернете, то сегодня почти все предприятия в той или иной форме представлены в Интернет-пространстве. В рознице доля интернет-торговли составляет уже почти 1,5%. В 2001 году в стране было 100 интернет-магазинов, зарегистрированных в соответствии с белорусским законодательством, сегодня уже более 5000 с годовым суммарным оборотом в 2013 году более 420 млн. долл. США (. А по основным направлениям – нефтехимической, электротехнической промышленности, по лесо- и деревообработке количество интернет-представительств возросло наиболее существенно. Это говорит о том, что предприятия начинают понимать, насколько эти технологии важны для развития экспорта и сокращения издержек на продвижение продукции и услуг к потребителю.

При использовании Интернет процедура продвижения товаров и услуг значительно упрощается: покупатель имеет возможность самостоятельно изучить и проанализировать

предложения, размещенные на портале, выбрать подходящие ему по условиям оплаты, поставки и комплектации товар или услуги, оперативно получить консультации. Конечно, технология электронной торговли предполагает высокую степень доверия между компаниями, высокую прозрачность сделок и партнера, которому не лень и интересно этой прозрачности добиваться.

С использованием электронной торговли для предприятий начинается процесс восприятия новой бизнес - философии, основанной на интернет и применении информационно – аналитических систем и технологий, эффективно выстраивающих деятельность предприятия относительно запросов Заказчика. Только в этом случае стратегия в увеличении экспорта и обеспечения его прозрачности может превратиться в практический результат.

Особенно эффективным для предприятий является использование «раскрученных» интернет – порталов и их перекрестных взаимосвязей в разных странах и регионах. В этом случае порталы и отраслевые торговые площадки образуют единую систему, своего рода "кристаллическую решетку", в которой товаропроизводитель начинает быстро ориентироваться. При этом благодаря унифицированной системе каталогизации товаров (представления их в соответствии с международными стандартами) возникают принципиально новые возможности электронной торговли, создается новый универсальный язык бизнес-общения, обслуживающий товаропроводящую сеть. Одновременно, предприятия естественно и заблаговременно преобразуют внешнеторговый документооборот в соответствии с нормами ВТО.

Литература:

1. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года [Электронный ресурс] // Министерство экономики Республики Беларусь. – Режим доступа : <http://www.economy.gov.by/ru/macroeconomy/nacionalnaya-strategiya>. – Дата доступа: 19.05.2015